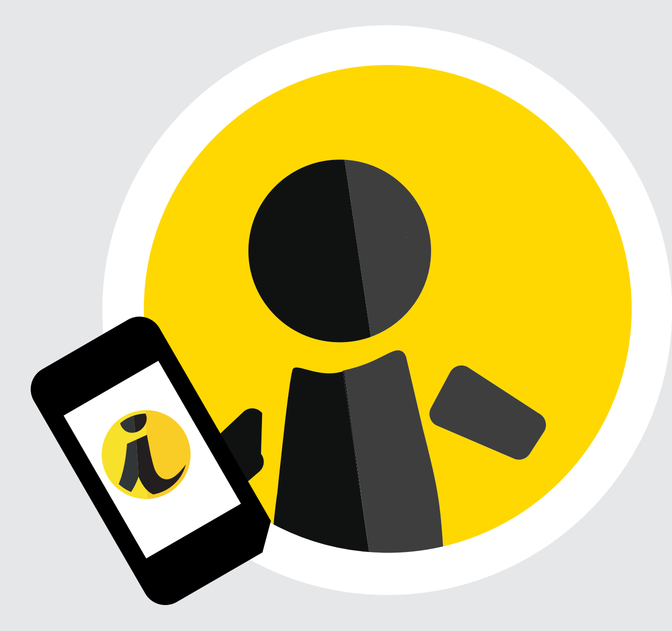


Digital Days

www.digitaldays.be | Edition 2 | 2015

L'impact du consommateur mobile sur les PME

Le consommateur actuel est de plus en plus mobile !



L'impact du **consommateur mobile** sur les **PME**

La popularité des tablettes et des smartphones ne cesse de croître en Belgique.
Ces appareils donnent une nouvelle dimension à notre manière de vivre et de travailler. Le comportement du consommateur évolue également à mesure qu'augmente l'utilisation des technologies mobiles. Comment ces changements influencent-ils votre entreprise et que pouvez-vous faire pour saisir les occasions qu'ils offrent ?

Dans ce manuel, vous découvrirez :

1. Comment l'évolution mobile influence votre entreprise

2. Quelles solutions permettent de donner à votre entreprise une présence sur mobile

3. Établir une forte présence mobile : comment procéder ?

4. Attirer des clients via votre site mobile

PARTIE 1
Comment l'évolution mobile influence-t-elle votre entreprise ?

Commençons par nous plonger dans le monde du consommateur mobile : quand et comment utilise-t-il son smartphone ou sa tablette ?







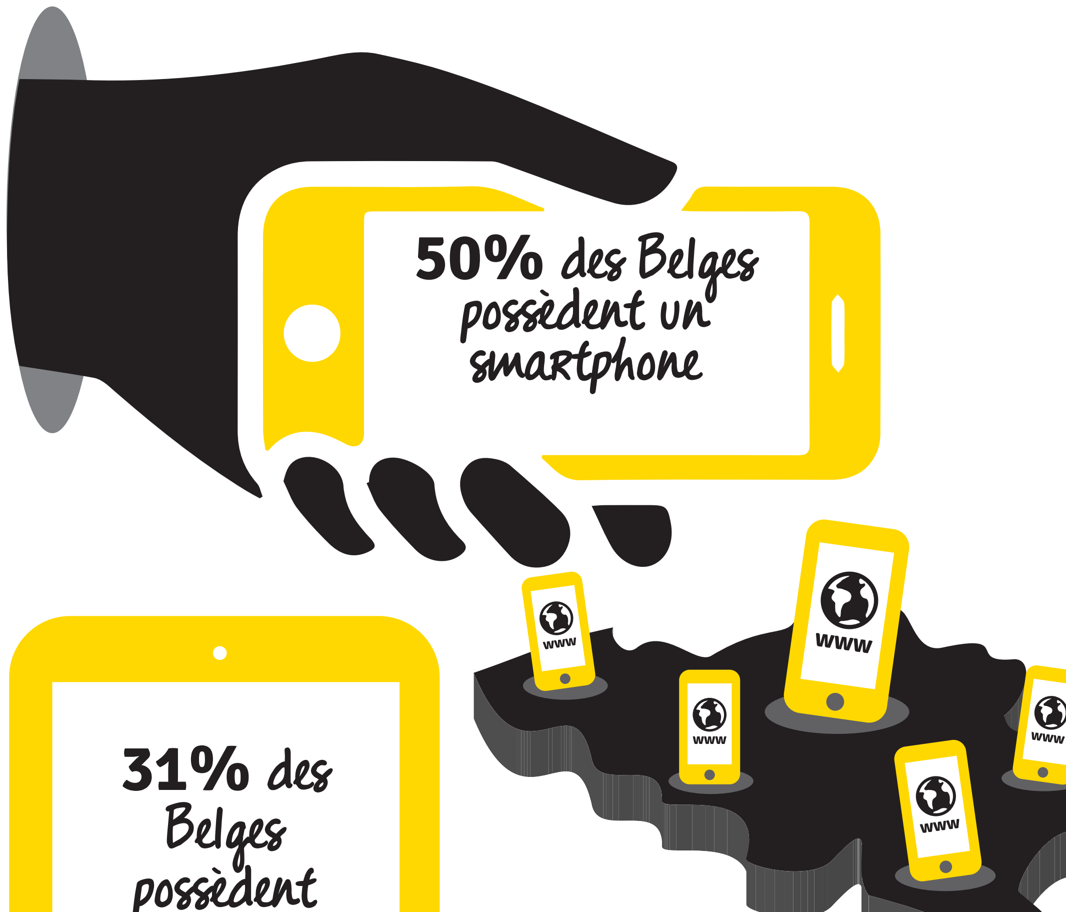








Quel est le degré de mobilité du consommateur belge ?



50% des Belges possèdent un smartphone

31% des Belges possèdent une tablette

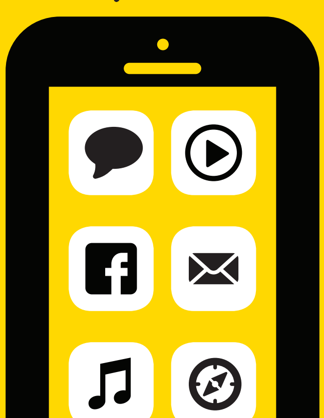
66% des utilisateurs de smartphones en Belgique consultent internet tous les jours depuis leur appareil

Le comportement du consommateur mobile en Belgique



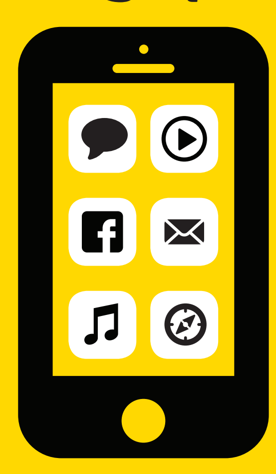
79% des utilisateurs de smartphones cherchent des informations locales sur leur téléphone

84% réalisent des actions (achat ou prise de contact avec une entreprise) à la suite d'une recherche



70% des utilisateurs de smartphones utilisent une application

Le comportement du consommateur mobile en Belgique



Un utilisateur possède en moyenne **25** applications sur son smartphone



Un utilisateur sur deux consulte régulièrement son smartphone ou sa tablette tout en regardant la télévision





Ce deuxième écran est principalement utilisé pour le surf **(47%)**, pour partager ce que l'on voit sur Facebook **(28%)** ou pour consulter Twitter **(22%)**



Près d'un quart des Belges consultent ou achètent des produits/services liés à ce qu'ils ont vu dans une émission à la télévision (JT, jeu, série,...)

Part de l'Internet mobile en Belgique



34% du trafic internet en Belgique est mobile; 54% de cette navigation mobile a lieu via smartphone et 46% via tablette

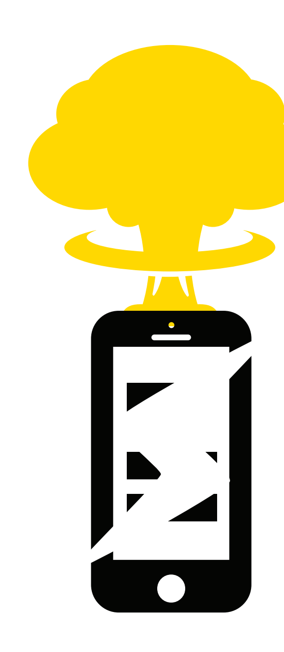


Les Belges passent en moyenne 7,8 h par semaine sur Internet depuis leur appareil mobile

1 Belge sur 2 dispose donc au moins d'un smartphone et 2 sur 3 surfent quotidiennement sur l'Internet mobile. L'Internet mobile est en constante progression et deviendra à terme la première source de trafic. Les comportements des utilisateurs changent donc et ont même une influence sur le marché et sur les géants de l'Internet comme Google, qui adaptent par la même occasion leur algorithme de recherche.

Google récompense désormais les sites web optimisés pour les smartphones et tablettes.

Fin avril 2015, Google a décidé de modifier son algorithme afin de mettre en avant les sites mobiles. Un grand bouleversement sur le marché et le monde de l'Internet !



Les sites web adaptés aux appareils mobiles ont depuis fin avril 2015 la priorité dans les résultats de recherche mobile de Google. Les autres sites seront donc moins bien référencés. Un changement tellement radical qu'il a été nommé **« Mobilegeddon »** tant il allait changer la face du ranking dans les résultats de recherche.

Pourquoi Google a effectué ce changement ?

Avec la pénétration et la démocratisation des smartphones et des tablettes, près d'un tiers des recherches en ligne s'effectue désormais depuis un téléphone mobile. Et cela ne fera qu'augmenter.

On notera également que les sites web adaptés aux mobiles ont un taux de conversion 60 % plus élevé que les autres : le consommateur mobile a donc plus tendance à contacter un commerçant à partir d'un site adapté aux mobiles qu'à partir d'un site non adapté. Google a décidé de donner la priorité aux sites optimisés pour les mobiles. Le principal avantage est que les internautes mobiles trouveront plus facilement des résultats intéressants adaptés à leur écran et appareil.

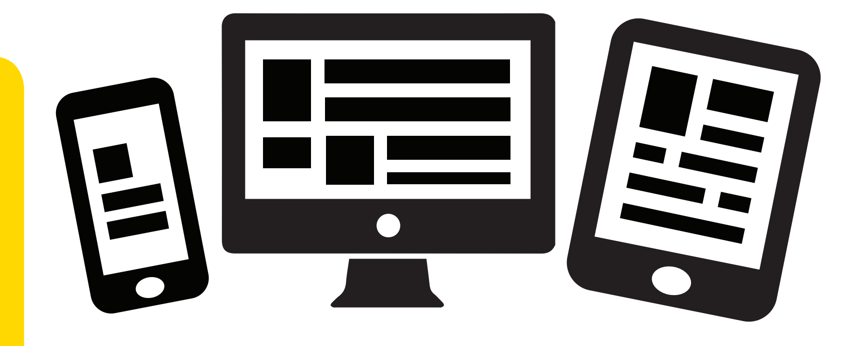
De plus, les sites web adaptés aux mobiles ont plus de chances de voir le consommateur mobile prendre une action car celui-ci consulte un site mobile car il a besoin d'une information précise.



“ On notera également que les sites web adaptés aux mobiles ont un taux de conversion 60 % plus élevé que les autres.”

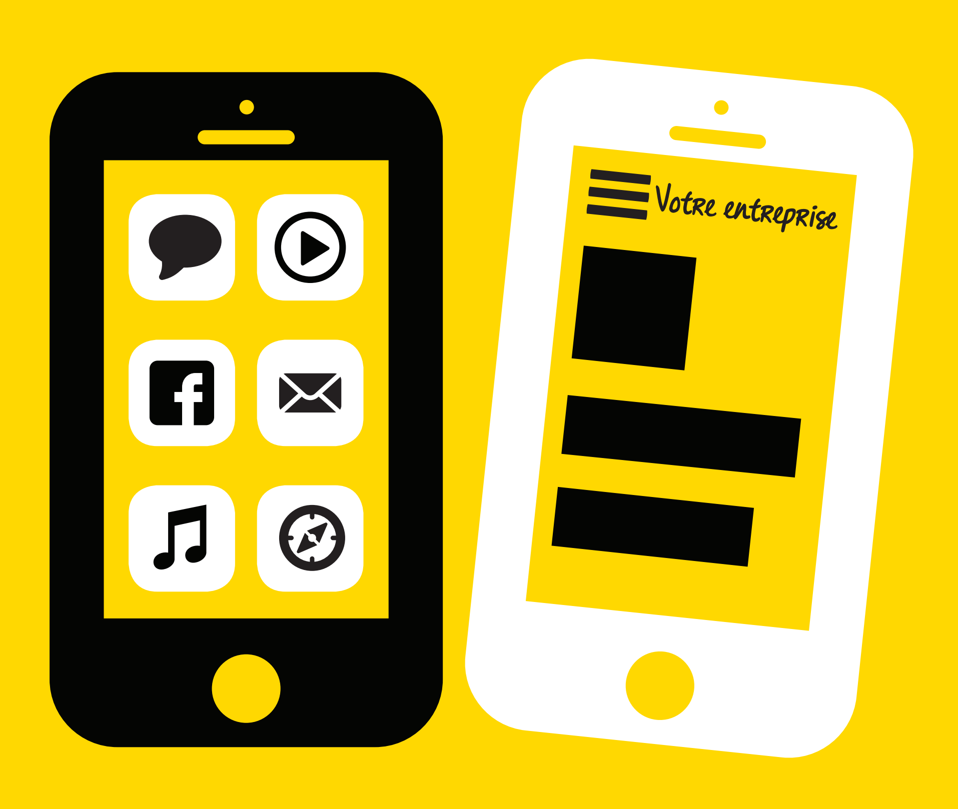


Par exemple, un consommateur voit une information au JT concernant la pose d'alarme incendie. Il n'en dispose pas chez lui et se dit qu'il devrait en acheter. Que fait-il ? Il prend son smartphone ou sa tablette et vérifie quel commerçant en vend. Le commerçant qui aura rendu son site mobile aura plus de chances de voir ce client potentiel passer la porte de son magasin le lendemain.



En outre, Google a décidé de donner la priorité aux sites optimisés pour les mobiles. Ce même commerçant apparaitra donc plus haut dans la liste de résultats quand l'utilisateur mobile aura tapé « achat alarme incendie Bruxelles ».

PARTIE 2
Quelles solutions permettent de donner à votre entreprise une présence sur mobile ?





L’utilisation de l’Internet mobile est en augmentation.

On sait aussi que les moteurs de recherche tels que Google privilégient les sites adaptés au mobile dans leurs résultats de recherches, lorsque celles-ci sont effectuées sur un smart-phone. Mais comment créer un site adapté au mobile ? Et s’agit-il dans ce cas d’un site mobile ou d’un site réactif (responsive) ? Avec l’arrivée des smartphones sont apparues les applica-tions. Nous vous familiarisons avec le monde des applications et vous expliquons comment vous pouvez utiliser ces dernières pour offrir un service supplémentaire à vos clients actuels.

Dans les pages suivantes, vous découvrirez lesquelles de ces options sont les plus adaptées à votre entreprise.

Et si votre site n’est pas mobile ?

En plus d’une expérience utilisateur assez désagréable pour vos clients existants et potentiels, voici les conséquences pour votre entreprise :

- Votre concurrent ayant un site adapté apparait devant vous sur Google
- Près de 60 % des internautes quittent immédiatement un site non adapté

Faites le test !

Comment savoir si un site Internet est compatible avec les appareils mobiles ?
Deux manières s’offrent à vous :

1. Prenez votre téléphone et recherchez votre site web. Les sites optimisés pour les téléphones portables sont suivis d’une note « site mobile » dans le résultat de Google.

2. Vérifiez si votre site web est optimisé pour les appareils mobiles via **ce lien**

On entend par site Internet optimisé pour les appareils mobiles un site...



adapté aux appareils mobiles



moins de textes, et plus d’images évocatrices



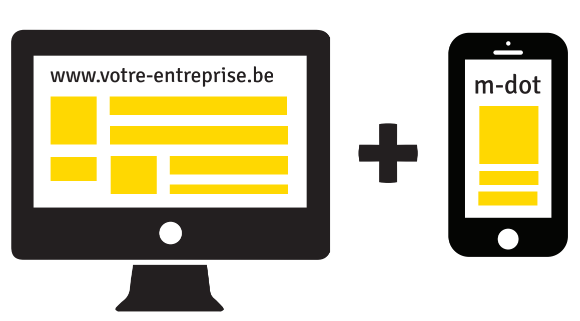
facile à utiliser avec un écran tactile



se charge rapidement

2 types de sites Internet mobiles

Nous vous expliquons la différence entre deux types de sites Internet mobiles :





m-dot

L'avantage d'un site mobile est qu'il est conçu spécifiquement pour les plateformes mobiles. La presse spécialisée utilise généralement le vocable « m-dot » pour désigner ce type de site, le « m » de mobile étant la première lettre de l'URL (m.votreentreprise.be). Ce site existe donc en parallèle à votre site « ordinaire » (www.votreentreprise.be) et peut, si vous le souhaitez, en différer par le contenu. L'inconvénient est que vous devez élaborer et mettre à jour deux sites web.

Réactif (responsive)

Un site réactif est un site qui, utilisant les possibilités technologiques, s'adapte automatiquement à la taille de l'écran sur lequel il est affiché. Le grand avantage de cette solution est que l'on utilise toujours le même site Internet. Résultat : vous gagnez un temps considérable lors des mises à jour, puisque vous n'avez qu'un seul et même site à adapter.

Qu'en est-il des applications ?

À côté du trafic Internet mobile, les détenteurs de smartphones sont 70 % à utiliser une application. Les applications sont nombreuses : il y en a une pour vérifier si votre vol part bien à l'heure, si votre restaurant préféré a une promotion ce soir, vous pouvez également vérifier le score du match de votre équipe favorite car vous n'êtes pas à la maison ou vous pouvez encore afficher la dernière collection de chaussures de votre marque préférée.
Et bien d'autres choses encore. D'ailleurs, un utilisateur dispose en moyenne de 25 applications sur son appareil ! Une bonne manière pour tout commerçant, entreprise ou association d'être constamment à portée de main de leurs clients actuels et potentiels. Suivant vos besoins et objectifs, vous pouvez opter pour un site mobile, une application, ou les deux.

Une application pour tout

La première chose que fait le consommateur mobile après avoir déballé son nouveau smartphone ou sa nouvelle tablette, c'est installer des applications. Des centaines de milliers d'applications sont d'ores et déjà disponibles dans l'App Store et Google Play. Et l'offre croît de jour en jour.

Les applications sont devenues indissociables de notre vie mobile et s'utilisent de plus en plus pour les tâches quotidiennes. Songez par exemple à une application météo pour vous préparer à une averse imminente, aux applications telles que pizza.be pour apaiser votre faim, mais aussi aux nouveaux phénomènes comme Über, pour appeler un taxi, ou Airbnb, pour réserver un logement de vacances. De plus, les applications destinées à la communication et aux réseaux sociaux, telles que WhatsApp, Skype, Facebook et Instagram, connaissent un succès sans mesure auprès des utilisateurs de smartphone.



Une application pour votre PME ?

Vous pensez que les applications propres aux entreprises sont l'apanage des grandes marques ? Détrompez-vous ! Le consommateur mobile a accès à Internet à peu près n'importe où et n'importe quand, et cette réalité offre également des possibilités aux petites et moyennes entreprises. le client mobile veut rapidement obtenir des informations pratiques, claires et actualisées. Il est souvent en déplacement et dispose d'un petit écran. Grâce à leur propre application, les PME et les indépendants peuvent profiter de cette tendance et offrir un service supplémentaire à leurs clients actuels.

Une application ?



Une application est un petit programme



qui fonctionne avec ou sans connexion Internet



qui sert à rendre service ou à divertir



qui fonctionne principalement avec des boutons (commandes tactiles)




disponible dans l'App Store et Google Play



gratuit ou payant

Une application pour vos clients ?

Vous vous demandez si vos clients bénéficieraient vraiment d'une application de votre entreprise ?
Question pertinente ! Votre application n'est effectivement pas l'élément central de votre communication d'entreprise.
Elle constitue par contre un beau complément à votre site Internet (adapté au mobile) et à votre éventuelle présence sur les réseaux sociaux.



Voici trois bonnes raisons de créer votre propre application :

1. Votre application est une voie d'accès supplémentaire vers votre entreprise. Lorsqu'ils sont en déplacement, les consommateurs mobiles ont besoin d'informations pratiques actualisées, telles que votre adresse, vos coordonnées et vos heures d'ouverture, ainsi qu'une brève explication de votre offre ou de votre dernière promotion.

2. Via l'application, votre entreprise est toujours accessible à vos clients, même lorsque ceux-ci sont déconnectés. En effet, certaines informations pratiques comme l'adresse ou les heures d'ouverture n'ont pas besoin de connexion.

3. Avec votre application, vous pouvez envoyer à vos clients des notifications push, c.-à-d. des messages courts qui apparaissent à l'écran de leur smartphone. Ils recevront ce message même s'ils n'ouvrent pas votre application régulièrement.

Une façon idéale d'annoncer que vous resterez ouvert plus longtemps pendant la période de Noël, que vous proposez une offre spéciale, que vous ouvrez un nouvel établissement, que vous organisez une réception pour vos clients actuels, etc.

Faites le plein d'inspiration



Conclusion

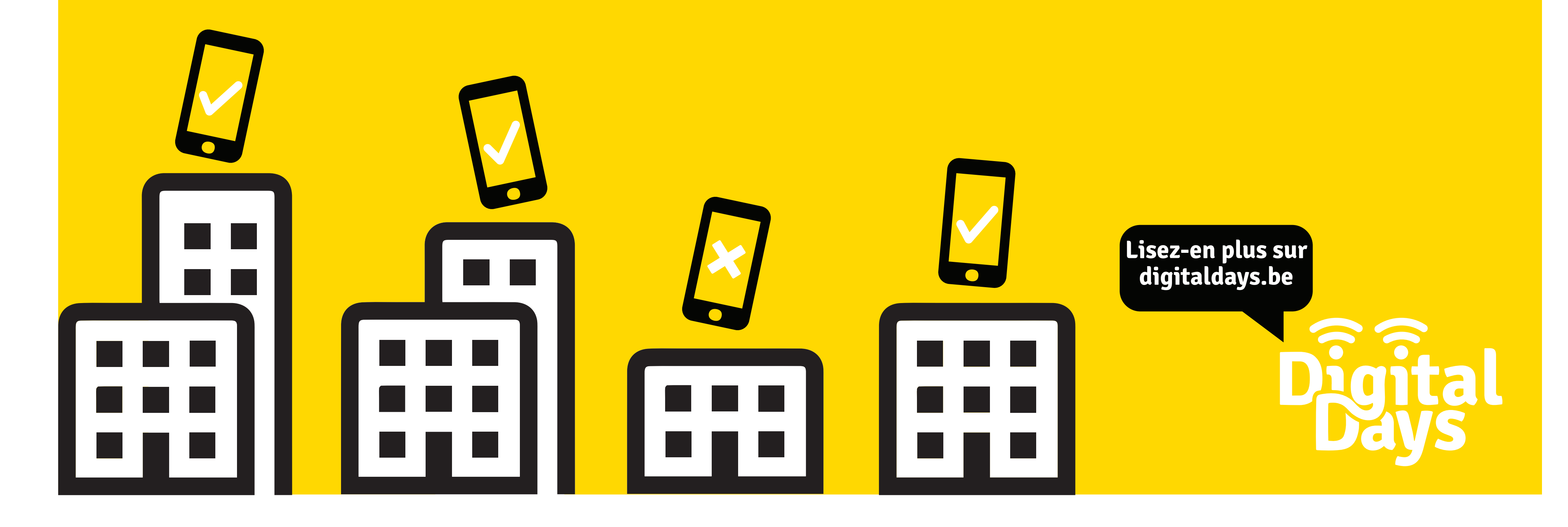
Vous voulez toucher votre groupe cible via la plateforme mobile ? Définissez d'abord vos objectifs et la manière dont vous voulez atteindre votre groupe cible. Vous voulez attirer de nouveaux clients ? Optez donc pour un site mobile. Vous souhaitez fidéliser vos clients ? Dans ce cas, une application répondra probablement mieux aux besoins de votre groupe cible.



PARTIE 3

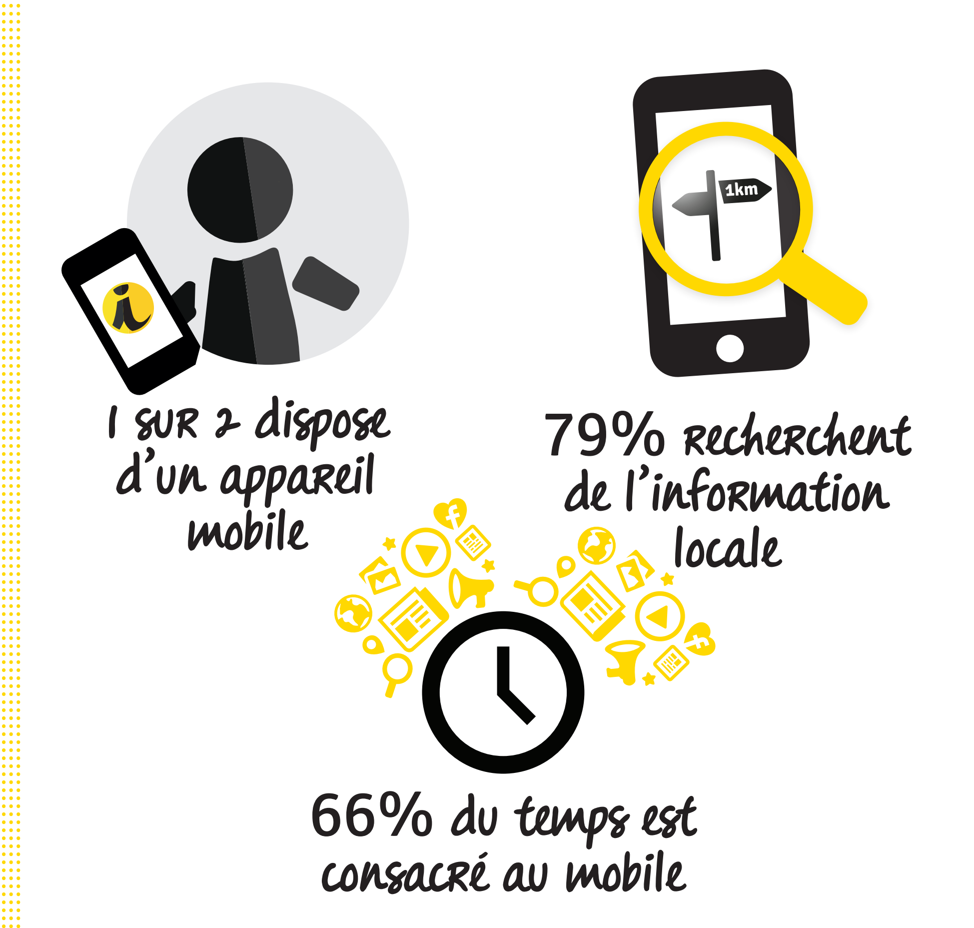
Établir une forte présence mobile : comment procéder ?

La question n'est pas de savoir si vous allez investir le marché mobile, mais quand et comment vous le ferez. Et si ce n'est pas encore le cas, sachez que votre concurrent l'a probablement déjà fait.



Pourquoi intégrer une stratégie mobile ?

Doit-on encore revenir sur les statistiques concernant le mobile ? 1 Belge sur 2 dispose d'un appareil mobile, 79 % des Belges recherchent de l'information locale sur celui-ci et 66 % du temps est consacré au mobile. Le mobile est dans le creux de la main de vos clients actuels et surtout potentiels.



Optimisez pour les appareils mobiles !

Les avantages et les inconvénients d'un site web mobile distinct ?

un site web mobile distinct (m-dot)

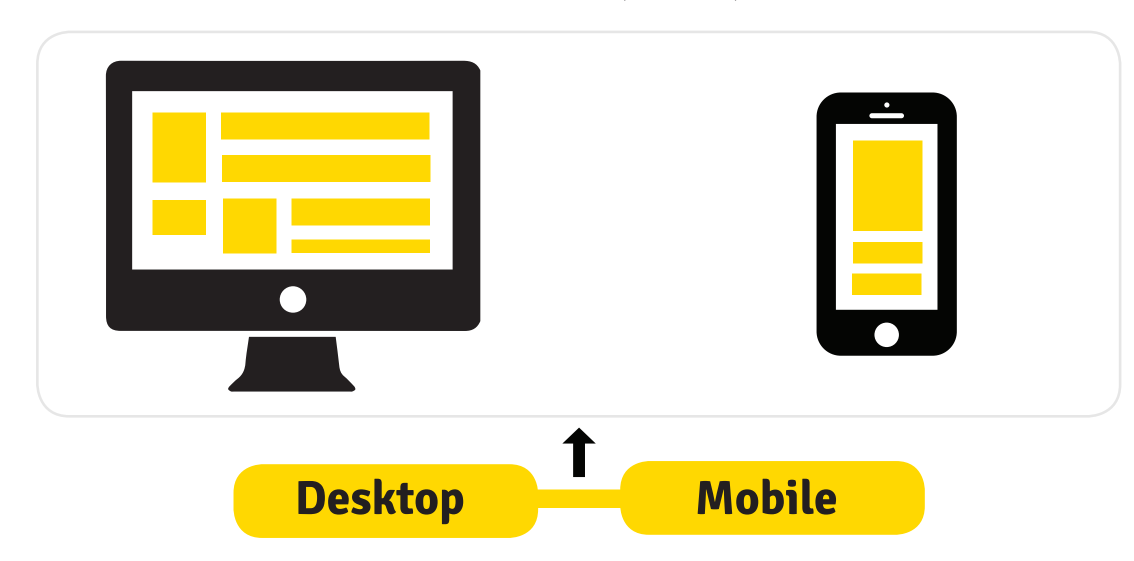



Desktop

Mobile

Avantages	Inconvénients
Possibilité de présenter des contenus conçus spécifiquement pour un site mobile et de les adapter aux comportements des usagers mobiles. Le contenu est donc distinct de celui de votre site principal.	La gestion de deux sites séparés demande plus d'efforts.
Vous pouvez offrir aux utilisateurs une expérience entièrement orientée mobile.	Le processus complexe d'optimisation des moteurs de recherche est requis pour les deux sites : votre site mobile et votre site ordinaire.

Site réactif (1 URL)



Avantages	Inconvénients
Votre site n’a qu’une seule URL pour tous les appareils (mobile, ordinateur de bureau, etc.). Il s’adapte automatiquement à l’appareil sur lequel il est affiché.	Le chargement des éventuelles pages plus lourdes, rapide sur un ordinateur de bureau, peut être lent sur un appareil mobile.
Facilité de maintenance puisque vous n’avez qu’un seul site à adapter et à gérer.	Un site réactif n’offre pas d’expérience entièrement orientée mobile.

7 conseils

1 Pensez à l’écran tactile !
Veillez à ce que l’on puisse facilement naviguer sur le site à l’aide d’un pouce ou d’un doigt, sans avoir besoin de l’autre main. La navigation doit être possible à l’aide d’une seule main.

2 Restez court et simple
« Less is more », réduisez donc au maximum les textes de votre site mobile. Les visiteurs mobiles veulent naviguer rapidement. Ne mentionnez donc que les textes essentiels afin de retenir leur attention. N’utilisez pas de texte continu, mais seulement des énumérations.

3 Utilisez des icônes
Afin de donner un aspect ordonné à votre site, utilisez les icônes conventionnelles pour mobiles. Les utilisateurs pourront ainsi vous appeler directement, se connecter aux réseaux sociaux ou trouver le menu.

4 **Privilégiez la vitesse**
Une connexion via un réseau 3G est généralement plus lente qu'une connexion par câble. Veillez donc à ce que votre site ne soit pas trop lourd et se charge rapidement sur des appareils mobiles. Évitez les images de grande taille à haute résolution pour votre site mobile.

5 **Coordonnées**
Les utilisateurs mobiles visiteront surtout votre site mobile pour connaître les heures d'ouverture, le numéro de téléphone ou l'adresse de votre entreprise. Assurez-vous donc que vos coordonnées soient faciles à trouver.

6 **La vidéo est populaire**
Les surfeurs mobiles aiment les vidéos !
Saviez-vous qu'une vidéo a trois fois plus de chances d'être regardée par des visiteurs mobiles que par des utilisateurs d'ordinateurs de bureau ? Cela vaut la peine d'y réfléchir.

7 **Formulaire de contact**
Un utilisateur mobile ne dispose ni de souris ni de clavier séparé. Prévoyez donc un formulaire de contact qu'ils pourront remplir en un minimum de temps. Soyez concis pour que les visiteurs ne renoncent pas à prendre contact avec vous.

Attirer des clients via votre site mobile

Les smartphones et les tablettes occupent une place importante dans la vie de vos clients. Vous le saviez déjà. Mais comment tirer profit de cette tendance ? En optimisant les textes de votre site mobile, on vous trouvera plus facilement. Vos publicités mobiles sont des publicités ciblées et vous touchez vos clients où qu'ils se trouvent.

Optimisez votre site mobile

Si vous disposez d'un site d'entreprise adapté au mobile, on doit pouvoir le trouver aussi facilement qu'un site « ordinaire » ou qu'un site d'ordinateur de bureau. Pour ce faire, vous pouvez procéder à une SEO et/ou SEA.

Bref rappel :

Le SEO, ou optimisation des moteurs de recherches, consiste à incorporer dans les textes de votre site des mots-clés souvent utilisés par votre groupe cible. Votre site monte ainsi dans la liste des résultats de recherche naturels ou organiques d'un moteur de recherche tel que Google.

Lisez-en plus sur digitaldays.be

Le SEA, ou référencement payant, consiste à publier, moyennant paiement, des publicités (menant vers votre site par exemple), qui apparaîtront à côté des résultats de recherche naturels ou organiques de votre groupe cible. Lisez aussi l'article sur le bon référencement de son site sur Google.

Lisez-en plus sur digitaldays.be

Promouvez vos produits et services à l'aide de publicités Facebook mobiles.

Facebook compte plus de 5,5 millions d'utilisateurs en Belgique et est l'un des rares canaux qui permettent de toucher un groupe cible de manière aussi spécifique. Cela fait de Facebook le lieu idéal pour faire de la publicité.

Pourquoi faire de la publicité sur Facebook ?

- Deux minutes mobiles sur cinq sont passées sur Facebook.
- Vous pouvez sélectionner votre groupe cible de manière très précise et lui adresser des publicités.
- C'est le moyen idéal pour annoncer des journées portes ouvertes et des promotions.

Ingrédients pour réussir une publicité sur Facebook

- Définissez l'objectif de votre publicité.
- Définissez votre groupe cible afin de pouvoir cibler vos publicités.
- Utilisez de belles images aux bonnes dimensions, ne contenant pas plus de 20 % de texte.
- Testez diverses images et divers textes.
- Ajoutez des boutons d'appel à l'action, tels que « Téléchargez l'application » et « Aimez cette page »



Envie de tout savoir sur Facebook comme canal de communication ? Lisez cet article !

▶ La "pyramide alimentaire" Facebook

▶ L'e-book facebook

PARTIE 4
FIDÉLITÉ MOBILE

En plus d'attirer de nouveaux clients, vous voulez consolider vos relations avec les clients actuels et faire revenir ceux-ci plus souvent afin de maximiser votre notoriété ou de leur offrir un service supplémentaire. Les applications sont à la base des programmes de fidélité mobile et permettent une communication personnalisée avec les clients. Veillez donc à ce que votre application soit téléchargée !

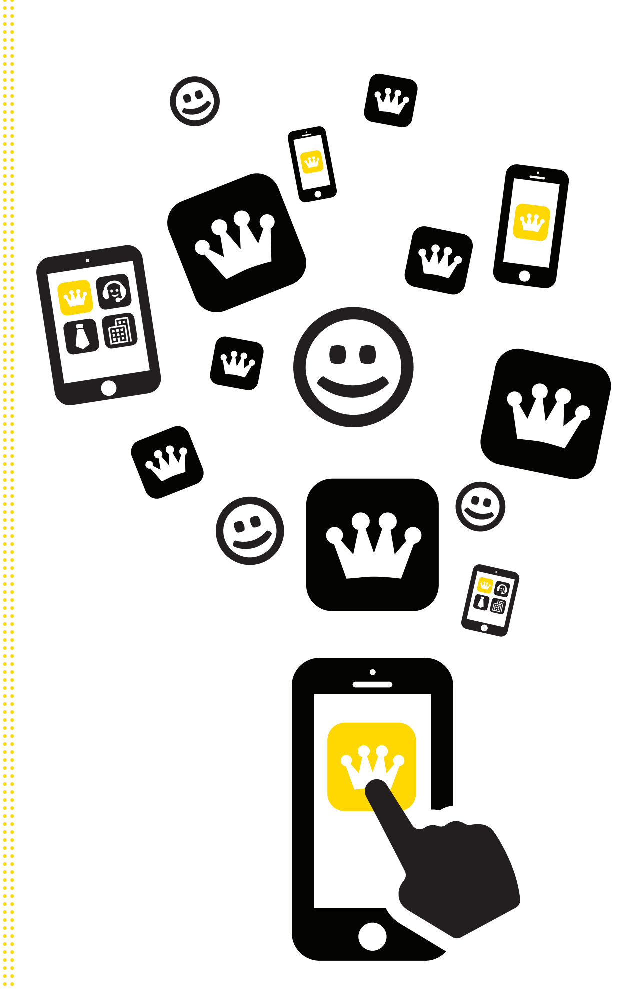




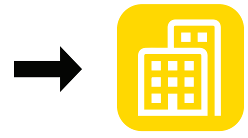
Digital Days

Tirez le meilleur profit de votre propre application !

Tout d'abord, votre application doit se retrouver sur l'appareil de vos clients existants et/ou potentiels. Mais comment faire en sorte que vos clients actuels et potentiels téléchargent votre application ?
Voici quelques conseils concrets :



Recherche



1 ASO (App Store Optimization)

L'ASO sert à mettre votre application en avant et aide ainsi les utilisateurs à la trouver lorsqu'ils effectuent une recherche dans l'App Store.

Saviez-vous que ? 63 % des utilisateurs de smartphones/tablettes utilisent la fonction de recherche dans l'App Store pour trouver de nouvelles applications.

De l'importance du nom ? Le nom de votre application est très important. Il peut simplement s'agir du nom de votre entreprise, mais aussi d'un nom qui indique clairement en quoi l'application consiste ou ce qu'elle permet de faire.

La page de profil de l'application sert à convaincre les utilisateurs de télécharger votre application. Veillez donc à ce que ce texte bref les incite à télécharger l'application.



2 Tirez profit de votre site mobile

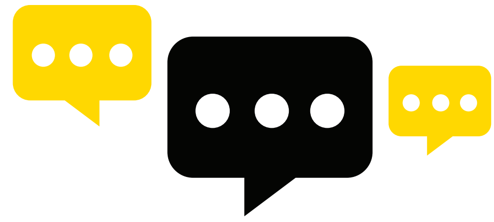
Les personnes qui visitent votre site mobile sont à l'endroit idéal pour télécharger votre application immédiatement. Veillez donc à ce que le lien pour télécharger l'application y apparaisse de manière évidente.



3 La promotion

Indiquez sur tout votre matériel publicitaire (dépliants, affiche, etc.) que vous disposez d'une application et ajoutez-y le code QR pour télécharger l'application.

4 Facebook



Vous disposez d'une page Facebook ? C'est l'endroit idéal pour informer vos fans de votre application.

5 Des avis

Demandez à vos visiteurs de rédiger une critique sur votre application. Ces critiques apparaîtront sur votre page de profil dans l'App Store et vous donneront de précieuses indications sur ce que vos clients pensent de l'application. Elles peuvent convaincre d'autres utilisateurs de télécharger votre application.

Internet mobile et réseaux sociaux : le duo gagnant

Votre entreprise est très active sur Facebook ? Elle y possède sa propre page et y poste des publicités ? Des centaines de personnes lisent régulièrement vos annonces sur votre page ? Vous publiez régulièrement des photos sur Instagram et Pinterest et annoncez l'offre de la semaine en 140 caractères sur Twitter ?

Bravo ! Vous êtes la PME idéale ! Vous êtes tout à fait en phase avec votre temps et savez comment utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir votre entreprise.

Vous ne disposez pas de site mobile ? Vous faites partie des 90 % de PME qui n'ont pas encore investi dans un site mobile. Ne laissez plus filer les clients potentiels ! Atteignez-les non seulement sur les réseaux sociaux, mais aussi via un site mobile !

Comment ?

Après avoir vu votre annonce ou votre publicité sur Facebook et cliqué sur le lien vers votre site non mobile, le client potentiel atterrit sur une page qui n'est pas adaptée aux téléphones mobiles. Il quitte généralement le site en moins de deux secondes. Par conséquent, vous perdez votre investissement dans les réseaux sociaux. Mais la chance de voir cet utilisateur revenir ou cliquer sur votre annonce diminue également. Votre taux de conversion est donc moins bon avec un site web non mobile.

Conclusion

Les gens étant de plus en plus souvent en déplacement, disposer d'un site web mobile est devenu incontournable. Choisissez la solution la plus adaptée à votre situation et offrant la meilleure expérience utilisateur à vos clients. Établissez une forte présence mobile en combinant l'Internet mobile et les réseaux sociaux. Avec une application, vous pouvez nouer des liens solides et offrir un service supplémentaire à vos clients fidèles.



Prêt pour le grand saut ?

N'hésitez pas, rassemblez vos têtes pensantes, entourez-vous de conseillers web mobiles et faites le grand saut dans le monde digital mobile !



un site web mobile est devenu incontournable



Établissez une forte présence mobile en combinant l'Internet mobile et les réseaux sociaux



Avec une application, vous pouvez nouer des liens solides avec vos clients fidèles

Souhaitez-vous rester au courant des dernières évolutions digitales en tant qu’entrepreneur ? **Digitaldays.be** est la plateforme de connaissance digitale pour les PME et les indépendants.



powered by pagesdor.be

Sources:
Google Consumer Barometer
Havas 2014
howwebrowse.be
IAB 01/2013

Truvo Belgium Comm. V, De Keyserlei 5 bus 7, 2018 Anvers, le numéro d’entreprise 0404.129.318 (RPR Anvers).